

阿根廷足球文化产业发展及前景分析

任淳熙

吉林外国语大学 吉林 长春 130117

摘要：在全球体育产业加快融合与转型的大背景下，足球作为显示国家文化影响力的重要方式，其经济价值与社会影响越来越明显。本研究把传统足球强国阿根廷作为研究对象，深入研究该国足球文化产业发展过程、结构特点及走向世界的方式，并讨论中国和阿根廷足球产业合作的现实条件和发展可能，强调通过市场资源互相流通和人文交流深化的合作方式，将成为推动双方共同发展的重要动力。

关键词：阿根廷足球；文化产业；会员制俱乐部；品牌国际化；中阿合作

引言：

全球化浪潮下，足球早已超越体育范畴，演变为一种跨文化现象与复杂的经济体系。它不仅塑造国家形象、传播文化价值，更成为驱动经济增长的重要引擎。当欧洲五大联赛凭借高度资本化、商业化的运作模式占据全球足球产业主导地位时——其特征是巨额转播合同、跨国资本注入与品牌全球化战略——阿根廷却呈现出截然不同的图景：这个孕育了马拉多纳与梅西等传奇球星的国度，创造了全球最具激情与创造力的足球文化，但其本土产业始终未走上欧洲式的资本化道路。这种文化影响力与产业结构之间的显著背离，恰恰构成了一个值得深入剖析的独特案例。

要理解这种反差，就需要回答几个核心问题：支撑阿根廷足球产业生存与发展的社会文化基础究竟是什么？其内部结构及运作逻辑与欧洲主流范式存在哪些根本性差异？面对全球化竞争，阿根廷又如何将深厚的文化资本转化为实际的产业竞争力？这些问题的答案不仅有助于拓展非西方体育产业发展模式的理论认知，更能为中国与阿根廷乃至整个拉美地区的体育文化交流与产业合作提供实证参考。本文正是试图通过系统的分析回应上述关切，揭示阿根廷足球文化产业背后的结构性动力及其转化机制。

一、阿根廷足球作为国家文化的历史演变与产业基础

阿根廷足球产业的辉煌与韧性，源于其与民族精神和社会结构的深度互嵌。这种互嵌并非一蹴而就，而是历经百余年历史沉淀的结果，构成了产业最核心的无形资产。

（一）足球作为国家认同的核心叙事与情感容器

在阿根廷，足球堪称构筑民族认同最有力的黏合剂。正如学者阿尔凯蒂在2001年的研究中所指出的那样，这项运动在当地早已超越了竞技的范畴，化作一种“世俗宗教”，为国民集体情感的宣泄与凝聚搭建起合法且安全的表达场域。人们总会提起国家队在世界杯赛场的峥嵘征途——1978年初登巅峰的狂喜、1986年马拉多纳独领风骚的豪迈，还有2022年潘帕斯雄鹰再度捧杯的热泪盈眶，这三次夺冠绝不仅是体育赛场上的胜利，更是被全体国民镌刻于心的精神里程碑，一步步沉淀为超越体育本身的“国家仪式”，深深融入阿根廷人的共同记忆。就拿1986年世界杯四分之一决赛来说，彼时阿根廷刚在马岛战争中吞下失利的苦果，

国民情绪低落，马拉多纳那记充满争议的“上帝之手”与惊艳世人的“世纪进球”，便在这种特殊的历史里被赋予了强烈的民族主义象征意义，直观地展现出足球究竟如何承载并传递复杂的社会政治情绪，这一观点也得到了学者威尔逊2012年相关研究的佐证。正是这种将国族命运与足球叙事紧密交织的独特传统，让阿根廷的足球，尤其是牵动人心的国家队赛事，天然蕴含着极高的情感附加值与文化认同感，而这，恰恰就是阿根廷足球能够收获全球拥趸。

（二）全民性参与：产业繁荣的社会土壤

足球在阿根廷的普及程度堪称一种“全民信仰”。据统计，阿根廷拥有超过3,000家足球俱乐部，注册球员数量庞大，足球基础设施遍布全国各个角落。这种广泛的草根参与网络，确保了足球人才金字塔拥有坚实而广阔的基底。更重要的是，它培育了一个极度庞大且忠诚的球迷消费市场。调查显示，足球是阿根廷人最关注的体育项目，其关注度远高于其他运动。这种始于街头、社区和学校的自发

性、全民性参与，为职业联赛、球星经济、媒体内容和衍生消费提供了源源不断的需求与关注，构成了产业可持续发展的根本动力。

（三）标志性球员：文化资本的具象化与全球输出

阿根廷足球最耀眼的文化产出莫过于其一代代标志性球星。他们是从本国足球沃土中生长出的“超级符号”，是实现文化资本向全球影响力高效转化的关键媒介。从早年旅欧开创时代的阿尔弗雷多·迪·斯蒂法诺，到代表叛逆天才与民族精神的迭戈·马拉多纳，再到体现现代职业精神与卓越技艺的莱昂内尔·梅西，每位巨星都塑造并输出了阿根廷足球文化的不同面相。他们不仅是竞技场上的主宰者，更是国家形象的人格化代表。特别是梅西，以其长达二十年的巅峰生涯、无数个人与集体荣誉，尤其是带领国家队赢得2022年世界杯的圆满结局，极大地提升了阿根廷足球在全球范围内的美誉度、话题度与商业价值。这些球星如同流动的国家名片，持续为阿根廷足球产业吸引着全球目光与资源。

二、阿根廷足球文化产业的生态结构与运行特征

阿根廷足球产业围绕其历史形成的俱乐部制度，构建了一个兼具深厚传统与内在张力的复合生态系统。其运行逻辑体现了社区文化逻辑与现代商业逻辑的碰撞与融合。

（一）会员制俱乐部：社区归属与治理现代化的平衡课题

阿根廷足球产业的核心运营单位是独特的会员制足球俱乐部。博卡青年、河床竞技等主要俱乐部均为由数十万会员共同拥有的非营利性民间协会。这一模式的优势在于创造了无与伦比的球迷归属感与社区凝聚力。俱乐部并非单纯的商业公司，而是社区身份认同的核心标志，会员的忠诚度极高，确保了稳定的社会支持基础和比赛日氛围。

会员民主模式在赋予球迷充分话语权的同时，也为俱乐部治理埋下了隐患——受限于固定的选举周期，管理层不得不优先回应球迷的短期诉求，职业体育发展所必需的长期战略定力也因此下降。经济矛盾同样突出，普惠式的会员福利政策直接拉低了门票定价，俱乐部只能将营收重心转向向欧洲豪门输送潜力新星。欧洲足球协会联盟（UEFA）2023年发布的报告便指出，阿根廷球会已连续多年占据全球转会净收益榜首；但这种“球星加工厂”的运营模式，尽管能为俱乐部带来经济效益，却也让品牌建设商业开发的投入持续边缘化，最终使整个行业陷入恶性循环。

（二）多元价值链的衍生与发展

阿根廷足球产业以俱乐部和国内联赛为核心向多个维度延伸：

赛事经济与足球旅游：阿根廷甲级联赛激烈的竞技格局

维系着本土收视基本盘，而博卡青年与河床之间的“经典赛”更被贴上“世界最激烈德比”标签。使得这项运动同时上升为国家旅游战略的支柱——从布宜诺斯艾利斯的博卡街区、糖果盒球场的眩晕看台到纪念碑球场的史诗感，每年吸引数万国际游客观光，催生出球场导览、博物馆体验等成熟产品线。

媒体传播与版权市场：国内足球赛事的电视转播权销售是阿根廷足球联赛传统收入支柱。随着数字媒体兴起，赛事版权在国际市场的分销以及社交媒体平台上的内容传播，为阿根廷足球带来了新的曝光渠道和收入。

商业赞助与衍生品开发：随着国家队近年来的成绩提升，阿根廷足协（AFA）的品牌商业价值也大幅提升。使得全球商业合作伙伴网络不断增多，合作领域从运动装备延伸到金融、科技等多个行业。阿根廷国家队和俱乐部的正版球衣、纪念品等衍生商品销售，也构成了重要的收入补充。

（三）产业发展中的内部挑战与应对

阿根廷足球产业在追求更高水平发展的道路的同时需持续应对一些内部挑战。例如，如何进一步优化俱乐部的治理问题，在保持会员民主传统的同时引入更专业的商业管理，以提高运营的效率和财务的健康。除了此外，部分极端球迷的过激行为对赛场安全与公共秩序构成威胁，也影响了联赛的整体形象和球迷观赛氛围的体验。必须积极引导球迷文化，加强赛场安全管理这才是产业实现长期稳定发展必须面对的课题。

三、产业发展的外部环境与国际拓展战略

（一）以品牌和文化为核心的系统性输出

阿根廷足球的国际化已构筑起一套成熟且系统的发展模式。这套模式的核心路径有着清晰的脉络——凭借梅西等顶级球星的个人影响力，牢牢吸引全球球迷的目光；依托国家队在世界杯这类国际顶级赛事中的亮眼发挥制造热点，借此瞬间引爆全球范围内品牌热度和提高知名度；而阿根廷足协（AFA）作为统筹全局的协调机构，则负责推进体系化的全球品牌授权、商业合作与市场开发工作。据国际品牌评估机构发布的报告显示，阿根廷足协麾下的国家队品牌价值近年来呈稳步上升态势，如今已跻身全球品牌价值最高的国家队品牌行列。这一成绩的取得，恰恰源于其把握了足球运动承载的民族情感魅力，并将其与现代化的品牌运营管理理念进行了融合。

（二）足球作为跨文化交流的通用语言

在国际交往层面，足球被阿根廷视为促进民间友好与文化交流的绝佳媒介。阿根廷的足球哲学、训练方法论以及独特的足球文化，成为其对外文化输出的重要内容。通过国家队世界各地的友谊赛、与他国足协的技术合作、教练

员培训项目以及青少年足球交流活动，足球有效地搭建起阿根廷与世界沟通的桥梁，增进了相互理解与文化尊重。

四、中阿足球文化产业合作的潜力与前瞻

中国作为全球最具活力的新兴足球市场，与阿根廷足球产业之间存在着高度的互补性与广阔的合作空间。两国间的足球合作已超越初始阶段，正步入全面深化与创新发展的新周期。

（一）深厚的情感连接与市场基础

阿根廷足球在中国享有极高的声誉和庞大的群众基础。数代中国球迷通过电视转播见证了马拉多纳的“上帝之手”与梅西的“千里走单骑”，从而对阿根廷足球建立了深厚的情感联结。2022年卡塔尔世界杯期间，阿根廷队的比赛在中国获得了现象级的收视率与社交媒体讨论度。2023年阿根廷国家队中国行所引发的球迷狂热，则是其强大市场号召力的直接证明。这种基于欣赏与认同的情感积淀，为任何商业与文化合作奠定了坚实的受众基础。

（二）多层次、全产业链的合作机遇

当前，中阿足球合作正朝着更深入、更多元的领域拓展：

青训体系与教练员培训：阿根廷拥有享誉世界的足球青训理念和成熟的培训体系。中方可以在此领域开展长期合作，引进阿根廷专业的青训教练、技术总监和培训课程，助力中国足球青训水平的提高。

内容共创与媒体合作：两国媒体和制作机构可以合作拍摄关于阿根廷足球历史、文化的纪录片、专题片，或探索阿根廷联赛及精选赛事在中国数字媒体平台的版权合作与内容定制。

品牌授权与文创衍生开发：中国企业已在球星卡等授权领域进行尝试并取得成功。未来，在电子游戏、动画影视、潮流服饰等更广阔的文创领域，阿根廷足球IP拥有巨大的开发潜力。

足球旅游与体验经济：设计针对中国球迷的深度足球旅游产品，将观赛、俱乐部参观、足球主题餐饮与文化体验相

结合，满足球迷的朝圣需求。

（三）构建面向未来的共赢伙伴关系

展望未来，中阿足球合作应立足于构建长期、稳定、互利的战略伙伴关系。合作焦点可以更多地投向青少年足球发展、足球管理人才联合培养、体育科学技术应用、足球大数据分析等能够创造长期价值的领域。通过建立制度化的交流平台与联合工作组，推动两国足球协会、职业俱乐部、商业机构与学术界的常态化对话与务实合作，共同探索跨文化体育产业融合创新的新模式。这种以人文交流为根、以产业协同为翼的合作，不仅将惠及两国足球事业本身，也将为增进两国人民之间的友谊与理解做出积极贡献。

结论：

阿根廷足球文化产业的发展轨迹，揭示了一条迥异于欧洲中心模式的独特路径。其核心优势与生命力，深植于本土强大的社区文化纽带与炽热的民族情感认同之中。阿根廷的经验深刻表明，在全球体育文化产业竞争中，文化本身的独特性、真实性与情感感召力，是与资本投入、商业运营同等重要、甚至更为根本的竞争力来源。

阿根廷足球产业在协调传统归属感与现代商业理性、平衡本土特色与全球拓展的过程中，积累了宝贵的经验，也面临着持续的进化压力。对于正处于改革发展进程中的中国体育产业而言，深入研究“阿根廷模式”，不仅有助于拓宽国际视野，理解足球运动在不同社会文化语境下的多样化生存状态，更能为思考如何挖掘和培育本土体育文化特色、如何将文化资源有效地转化为产业优势与软实力，提供极具启发性的他山之石。

中阿两国在足球领域的合作，正迎来历史性的机遇。超越单纯球员交易或商业比赛的短期视角，转向以体系化人才共育、技术共享、文化共融和产业共创为内核的深度战略协作，将是实现双方持久共赢、共同促进足球运动健康与可持续发展的康庄大道。足球，作为人类共通的语言与激情，必将在未来继续扮演连接中阿两国人民心灵、深化文明交流互鉴的坚实桥梁。

参考文献：

[1] 阿根廷足球协会. 2023-2024赛季阿根廷职业足球联赛商业报告[R/OL]. 布宜诺斯艾利斯: AFA, 2024.

[2] 中拉体育文化交流年鉴(2023) [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2024: 45-62.

[3] 阿根廷足球文化中的国家认同建构研究(2000-2022) [J]. 体育与科学, 2023, 44(5): 88-95.

[4] 足球旅游对目的地城市经济的影响研究——以阿根廷布宜诺斯艾利斯为例[J]. 旅游学刊, 2024, 39(2): 112-125.